

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica/ Tesina

Periodismo gráfico en el Siglo XXI

Cambios en las prácticas y competencias profesionales de los periodistas gráficos a partir de la inclusión de nuevas tecnologías.



Realizado por: María Paula Gudiño

Director de la Carrera de Periodismo: Ana Laura García Luna

Tutora de la tesis monográfica/tesina: Yamila Gómez

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ABSTRACT (Resumen)

Esta investigación procura analizar los cambios en las prácticas y competencias profesionales periodísticas en la prensa gráfica, a partir de la inclusión de las nuevas tecnologías digitales.

Pretende determinar si a partir de la existencia del medio digital cambian: el rol, el perfil y la rutina de los periodistas gráficos. También, si esta integración está creando un nuevo tipo de periodista dedicado a generar contenidos multiplataforma. Para este análisis indaga en los antecedentes históricos que permiten comprender la naturaleza y el contexto en el que se viene desarrollando la actividad periodística gráfica en Argentina y en segundo lugar busca conocer la experiencia profesional a través de entrevistas a periodistas que viven y relatan el proceso de cambio en primera persona.

Para realizar la investigación se toma como base el concepto de interdependencia propuesto por Denis Mc Quail, bajo el cual la estructura social influye en la cultura y la cultura en la estructura social. A lo largo de este trabajo se verá en reiteradas oportunidades como este tipo de relación incide en el trabajo periodístico. En Argentina, la prensa gráfica no puede ser analizada desprendida de su contexto.

Para comprender cómo se desarrolla la tarea profesional periodística y entender la relación de los medios con la sociedad, se ha realizado una descripción de los periodos históricos que atraviesa la prensa gráfica en nuestro país. Para ellos se ha utilizado la clasificación de Martín Becerra en su trabajo: "Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario". Allí se distinguieron tres etapas: Comunicación Facciosa en la Prensa Colonial, Profesionalización del Periodismo y Multimedios. En cada una de ellas se recorren los momentos más destacados y relevantes del periodismo sin dejar de lado el contexto político, económico y social que los acompaña. Este capítulo es fundamental para comprender la naturaleza cambiante del periodismo.

El análisis de entrevistas se ha hecho en base las experiencias de cinco periodistas con perfiles diferentes, ellos nos han permitido indagar sobre los factores de cambio que han experimentado los medios. Para ello se ha contactado a Daniel Arcucci, Nicolás Píccoli, Santiago Do Rego, Vanina Berghella y Tomás Balmaceda. Se procura mediante estas entrevistas personales y directas analizar la voz de estos periodistas en primera persona y observar su experiencia sobre los cambios en los medios de comunicación, los cambios en los periodistas, en las audiencias, en la ética periodística, la nueva organización del trabajo y el futuro en los medios de comunicación.

Los resultados y conclusiones confirman la hipótesis. El rol, el perfil y la rutina periodística atraviesan cambios profundos por su integración con nuevas habilidades que

los obligan a trabajar con contenidos multiplataforma. El trabajo del periodista sigue siendo informar y contar historias. Su rol ha sido muy cambiante a lo largo de la historia, pero internet representa un quiebre total: cambia el soporte, la distribución, la dinámica de trabajo, el perfil del periodista y el modelo de negocio de los medios de comunicación.

PALABRAS CLAVES: Periodismo digital, Periodismo gráfico, Medios online, Nuevos Medios.



AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecerles a mis padres. A mi mamá que me acompañó en todo el inicio de esta carrera y me da fuerzas todos los días. A mi papá, especialmente, que sin su apoyo constante y amor incondicional yo hoy no podría estar acá.

A Vic y Guille que me ayudaron, acompañaron y alentaron en todo este largo proceso de hacer esta tesis.

A Daniel Arcucci, Santiago Do Rego, Vanina Berghella, Tomás Balmaceda y Nicolás Píccoli que generosamente prestaron su tiempo para ayudarme con mi trabajo.

A Yamila Gómez que me guio en todo este proceso académico con mucha paciencia.



ÍNDICE GENERAL

1	CUERPO PRINCIPAL.....	6
1.1	INTRODUCCIÓN.....	6
1.2	CAPÍTULO 1: Planteos Iniciales.....	8
1.2.1	La era de la imprenta.....	9
1.2.2	La era del periódico.....	10
1.2.3	Los inicios: la Prensa Colonial.....	10
1.2.4	La Prensa en el mundo.....	11
1.2.5	La Evolución.....	13
1.2.6	El periodismo amarillo.....	15
1.2.7	Los nuevos medios.....	16
1.2.8	Metodología.....	20
1.3	CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	23
1.3.1	Primeros enfoques sobre los medios y la sociedad.....	23
1.3.2	Desarrollo del nuevo medio <i>online</i>	33
1.3.3	Características del medio digital.....	35
1.3.4	El nuevo mensaje en los medios <i>online</i>	37
1.3.5	El periodista en los nuevos medios <i>online</i>	41
1.3.6	Las nuevas redacciones.....	43
1.4	CAPÍTULO 3: Análisis documental y bibliográfico.....	45
1.4.1	La Prensa en Argentina.....	45
1.4.2	Primera etapa 1801-1870: Orígenes de la prensa en Argentina.....	46
1.4.3	Segunda etapa 1870-1976: Profesionalización del Periodismo.....	49
1.4.4	Tercera Etapa: 1970-2009. Multimedios.....	79
1.5	CAPÍTULO 4: Periodismo digital por periodistas.....	110
1.5.1	Cambios en los medios de comunicación.....	113
1.5.2	Cambios en el periodismo.....	116
1.5.3	El rol participativo de la audiencia a partir de los medios <i>online</i>	121
1.5.4	La ética periodística en la era digital.....	128
1.5.5	Las nuevas redacciones.....	130
1.5.6	El futuro del periodismo digital.....	133
1.6	CONCLUSIONES:.....	140
2	SECCIÓN DE REFERENCIAS.....	143
2.1	Referencias Bibliográficas.....	143

1 CUERPO PRINCIPAL

1.1 INTRODUCCIÓN

En la edad media, lo único que podía escribirse eran Biblias y los monjes de la iglesia católica eran quienes tenían la potestad de escribirlas. La Biblia era el único mensaje que se emitía, los monjes eran los únicos reproductores de ese mensaje. Sus obras tenían costos elevados y eran para las clases altas que también eran las únicas que sabían leer.

La imprenta de Gutenberg rompió con la lógica de producción de los mensajes permitiendo una producción de textos más rápida y más barata. Produjo Biblias, produjo el comunicado de Lutero que desencadenaría la reforma protestante, produjo libros, produjo periódicos, produjo información.

Con el avance y consolidación de las sociedades modernas los medios de comunicación social se desarrollaron, crecieron, se volvieron masivos, se reformularon y establecieron nuevos estándares de comunicación. Acompañados siempre de políticas sociales, económicas, desarrollo tecnológico, regulación o desregulación del estado. Con el crecimiento de los medios de comunicación crece el periodismo que es atravesado por los cambios, se adapta, se transforma, y va adquiriendo en cada momento histórico diversas cualidades.

A finales de los años ochenta, emerge un nuevo factor disruptivo: Internet, que transforma el escenario de la comunicación. Internet multiplica las voces, los usuarios tienen acceso y se pueden volver emisores de los mensajes. El formato de los medios se vuelve multimedia, el tiempo real se va apoderando paulatinamente de los periódicos, la finitud del papel se desvanece para darle lugar a la infinitud del medio *online*, la interactividad le da paso a la voz de la audiencia y el hipertexto le va ganando territorio a la pirámide invertida. Todos esos cambios inciden en el trabajo periodístico.

Este trabajo busca explicar cómo cambian el rol, el perfil y la rutina de los periodistas gráficos. Qué cambios están sufriendo con la inserción de nuevas tecnologías en el medio digital y si esta integración está creando un nuevo tipo de periodista dedicado a generar contenidos multiplataforma.

Al ser el periódico el medio de comunicación más antiguo, es el que ha atravesado más cambios a lo largo de su historia, por eso en este trabajo se analiza al periodismo gráfico. Con el advenimiento de internet la gráfica es el primer medio en tener presencia online, pero también es el primero en empezar a transitar un proceso de transformación profunda, especialmente en los equipos que lo componen.

El periodismo se trató siempre de contar historias y de transmitir información. El medio online no altera eso, sino que cambia las formas en las que el rol del periodista es concebido. Este trabajo explora el de cambio que experimentan los periodistas y analiza los cambios en sus funciones, en sus habilidades, su relación con las audiencias, el lugar que ocupa la ética, la organización del trabajo en nuevas redacciones e indaga sobre el futuro de los medios digitales.



1.2 CAPÍTULO 1: Planteos Iniciales

Melvin De Fleur en su trabajo “Teorías de la Comunicación de Masas” afirma que podemos distinguir varias etapas de la comunicación, cada una de ellas asociadas con el desarrollo de distintas habilidades o tecnologías para la transmisión de ideas, tales como: el habla, la escritura, la impresión y la comunicación masiva¹.

La primera de las etapas mencionada por De Fleur es la de los signos y las señas. Comienza con la adquisición de los gestos, sonidos y otros tipos de señales estandarizadas por parte del hombre para generar los intercambios básicos de la vida social. A medida que el hombre prehistórico va evolucionando, desarrolla su capacidad vocal y con ella el habla y el lenguaje, estableciendo así una manera uniforme de comunicación.

Estas primeras eras, que se dirimen en períodos de miles de años, son sucedidas por la era de la escritura, que en su afán de amplificación de los mensajes le da lugar a la era de la imprenta y posteriormente a la era de los medios de comunicación de masas. Al finalizar el siglo XIX ya era claro para los primeros estudiosos de las ciencias sociales de la época que los nuevos medios de masas (periódicos, libros y revistas) estaban produciendo cambios importantes en la condición humana. Esos medios suponían una nueva forma de comunicación que no solo influía en los esquemas de la interacción en comunidades y sociedades, sino también en las perspectivas psicológicas en los individuos². Con la aparición de la prensa de masas, la actividad comunicativa en otros aspectos por fuera de la prensa, también empezó a acelerar su ritmo. A mediados del siglo XIX surgió el telégrafo que fue el puntapié inicial para el surgimiento de los medios electrónicos de comunicación. Posteriormente surgiría el cine como una forma de diversión familiar, seguido por el avance de la radio hogareña (1920) y por el surgimiento de la televisión doméstica. En 1950 la radio había alcanzado el punto de saturación de las casas norteamericanas, con más de un receptor en el hogar y también en los autos. En la década de 1970 esta saturación la viviría la televisión, dejando en evidencia que la comunicación de masas se había convertido en uno de los hechos significativos e ineludibles de la vida moderna.

A partir de la década de 1990 con la aparición de la computadora y el consecuente desarrollo de Internet, nos adentramos en la “era de los ordenadores” en la que, según De Fleur, se están modificando todos nuestros procesos de comunicación,

¹ Melvin, De Fleur, Teorías de la Comunicación de Masas, Barcelona y Buenos Aires, Paidós, 1993, Página 24.

² De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 46.

que al inicio de la historia de la humanidad llevaban siglos, hoy llevan años, meses y hasta días.

1.2.1 La era de la imprenta

Hasta 1455 cuando Johannes Gutenberg desarrolló la primer imprenta, los libros eran producidos de forma manual, lo que generaba que fueran diferentes unos de otros, que en algunos casos tuvieran errores en la transcripción, que la cantidad de ejemplares disponibles fueran limitados y que al ser piezas únicas, artesanales y caras, sólo era para clases sociales altas. Así mismo estas clases privilegiadas eran las únicas que podían disfrutar de su contenido ya que sus miembros eran los únicos que sabían leer. Su producción estaba a cargo de monjes, por lo que la oferta era acotada y la posibilidad de publicación de ideas estaba restringida al clero.

En ese contexto, la imprenta trajo un cambio extraordinario ya que rompió con la lógica de reproducción que se daba hasta el momento. Con la imprenta se podían reproducir con gran precisión cientos e incluso miles de copias de un libro determinado en plazos relativamente cortos a costos mucho más bajos que los libros artesanales de los siglos anteriores. Como esta producción estaba a cargo de quien poseyera una imprenta, su creación implica el fin del control de la escritura por parte del clero y la posibilidad de distribuir nuevas ideas.

Al comenzar el siglo XVI las máquinas impresoras estaban produciendo miles de ejemplares de libros en múltiples idiomas. Esto trajo aparejado un mayor interés por el aprendizaje de la lectura y escritura, por ejemplo, las sagradas escrituras religiosas se tradujeron del latín a otras lenguas. Esta disponibilidad de información, que se vuelve accesible a partir de la creación de la imprenta, no solo genera una prematura industria editorial, sino que democratiza la posibilidad del acceso a la información haciendo que los libros estén más cerca de sus lectores y estos puedan desarrollar sus propias ideas. Así es el caso de la reforma protestante, donde Lutero accede a la Biblia y divulga su primer comunicado en un cartel impreso y publicado en la puerta de la iglesia. La imprenta es por ejemplo el dispositivo que abrió el camino para la protesta contra la estructura religiosa y social existente³.

³ De Fleur, Melvin. "Teorías de la comunicación de masas", Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 30-47.

1.2.2 La era del periódico

El periódico tiene antecedentes de diversos orígenes. Los romanos por ejemplo, en la era pre cristiana, publicaban diariamente “la hoja diurna” y el gobierno veneciano imprimía una hoja de noticias que era adquirida por una “gazeta”. En 1621 empezaron a aparecer los primeros antecesores del periódico como lo conocemos hoy. Se denominaban “corantos”, su contenido se centraba en informaciones del exterior y no se publicaban con regularidad. La particularidad de esta publicación era que todo el contenido generado estaba regulado por el estado monárquico para evitar la discusión pública de diversos temas. “La firme regulación sobre todas las formas de material impreso caracterizó al siglo XVII, la prolongada lucha para establecer el principio de la libertad de prensa se desarrolló durante un período en la que las más antiguas monarquías feudales estaban comenzando a declinar y progresaban los nuevos conceptos de democracia política. Estas consideraciones sugieren que uno de los cambios más significativos dentro de la sociedad occidental en favor del desarrollo de alguna forma de comunicación de masas fue la cambiante institución política que con el transcurso del tiempo llegaría a otorgar el poder del voto a una mayoría de los ciudadanos. Este cambio largo y complejo fijó las tradiciones del periodismo, que convirtieron al periódico desde el comienzo en un escenario de debate público de reivindicación partidista y comentario político. Cuando surgieron los otros medios de comunicación importantes, esta transformación política había sido ya conseguida. En lo principal, ni el cine, ni la radio, ni la televisión han desarrollado el profundo interés por la política que ha caracterizado durante mucho tiempo y hoy sigue caracterizando a la prensa escrita”⁴.

Los cambios que se sucedieron durante el período que precedió a la Revolución Americana y a la francesa, el surgimiento de la clase media y el mercantilismo que desencadenaría la revolución industrial fueron elementos claves para el desarrollo de la comunicación de masas. El surgimiento de la clase media y el mercantilismo habrían de defender las mejoras en el acceso a los diversos tipos de medios de comunicación⁵.

1.2.3 Los inicios: la Prensa Colonial

⁴ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 56.

⁵De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 58.

De la necesidad de ampliar el espectro comunicativo en tiempo, espacio y distancia surge la idea de los medios de comunicación. Las tecnologías que apoyan a los medios son desarrollos que se van gestando paulatinamente y que, acompañados de los cambios sociales, como la ascendente clase media que se va constituyendo como público, empiezan a crear un entorno propicio para el surgimiento de los primeros medios de comunicación. En las colonias norteamericanas se desarrolló rápidamente una clase media con intereses comerciales para la que durante la primera parte del siglo XVIII se publicaron numerosos pequeños periódicos. Estos eran mantenidos por ventas de suscripción y en algunos pocos casos por anuncios comerciales y representaban grandes riesgos financieros.

Esta prensa se denominó "*Prensa Colonial*"⁶ y utilizaba la misma tecnología que Gutenberg había desarrollado tres siglos antes. No contaba ni con hábito, ni con público masivo, no tenían espacios establecidos donde estos periódicos pudieran salir a la venta, ni posibilidades comerciales para financiar la prensa de masas. Sin embargo, en la sociedad se había acumulado una serie de rasgos culturales -tecnología, propiedad privada de los medios y las primeras bases de la libertad de prensa- que favorecieron el surgimiento de los primeros medios de comunicación escritos⁷.

1.2.4 La Prensa en el mundo

Antes de que se pudiera desarrollar una verdadera prensa de masas, fue preciso que tuvieran lugar en la sociedad una serie de cambios radicales: los cambiantes papeles políticos del ciudadano común, el auge del mercantilismo que llevó a nuevos esquemas de estratificación social y al ascenso de la clase media. A esto hay que agregarle el avance de la tecnología para la impresión del papel, cuyo ritmo aumentó con los progresos técnicos de la primitiva revolución industrial y un avance generalizado en la educación. Cuando en 1830 en Massachusetts, Estados Unidos, se inició el primer sistema de escuelas públicas, estaban ya dispuestos los elementos para que se creará un periódico general.

Varios impresores y editores habían experimentado la idea de un periódico barato que no estuviera atado a la suscripción sino que se vendiera por ejemplar suelto. Tras varios intentos fallidos, Benjamín Day inauguró el 3 de septiembre de 1833 el *New York*

⁶ De Fleur, Melvin. "Teorías de la comunicación de masas", Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 58.

⁷ De Fleur, Melvin. "Teorías de la comunicación de masas", Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 58.

Sun, iniciando una nueva era en el periodismo que en pocos años revolucionaría la forma en la que se comunicaban las noticias hasta el momento⁸.

El *Sun* publicaba noticias locales, relatos de interés humano y reportajes sensacionales sobre hechos insólitos. Muchas veces para agregarle un aliciente a los contenidos, había periodistas que escribían artículos de corte humorístico sobre los casos presentados diariamente en los tribunales locales. Ese contenido atractivo y fácil de entender encontró su público entre las clases obreras que poco antes habían aprendido a leer. Algunos emprendedores adolescentes vendían el periódico por una moneda en las calles. Con el tiempo ellos establecieron rutas regulares de venta y la circulación diaria alcanzó los dos mil ejemplares en dos meses. El estilo vivaz y la promoción vigorosa del periódico elevaron la cifra de venta a cinco mil ejemplares en cuatro meses y a ocho mil ejemplares en seis meses. El éxito asombroso de este nuevo periódico estimuló a los demás editores a tener el suyo.

Este fenómeno fue acompañado por el desarrollo de la máquina a vapor y su unión a una nueva impresora rotativa. Esta máquina estuvo disponible en los Estados Unidos junto a una gran cantidad de papel de prensa barato, fabricado con pulpa de madera. Así los problemas de la producción y distribución de enormes cantidades de periódicos diarios se solucionaron y la aparición de una prensa de masas se convirtió en un hecho.

El *Sun* fundamentalmente alcanzó su enorme circulación porque supo atraer a los nuevos lectores que ningún otro periódico había conquistado. Uno de los rasgos más importantes del diario fue una redefinición de las “noticias” para ajustarlas a los gustos, los intereses y las competencias de lectura de ese nivel menos educado de la sociedad. Hasta ese momento las “noticias” generalmente se limitaban a notas sobre hechos sociales o políticos de genuina importancia, o de ciertos sucesos que tuviera significado para un público amplio. Benjamín Day, sin embargo, llenó su periódico con noticias de otro carácter, relatos inéditos, historias de pecado, catástrofe o desastre que la gente de la calle consideraba excitantes, entretenidas o divertidas. El periódico era vulgar, barato y sensacionalista, iba dirigido a las masas recientemente alfabetizadas que comenzaban a participar en la propagación de la revolución industrial. En el periódico había algún material serio pero sus editoriales e informes sobre complejidades políticas y económicas eran mucho más superficiales que los materiales similares escritos en las anteriores

⁸ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 58.

publicaciones periódicas de partidos para lectores políticamente más refinados. En 1837, el Sun vendía 30.000 ejemplares diarios⁹.

Los diarios de pocos centavos no solo cambiaron las formas sino que cambiaron el modelo de negocio. El periódico dejaba de ser rentable por la compra de unidades de periódicos y se hacía rentable por el negocio publicitario: era su audiencia la que lo hacía un gran negocio. “Los ingresos por publicidad eran su único sustento real ya que los centavos de su venta apenas habían sufragado el papel invertido. Sin embargo, los bienes y servicios para el consumo de masas podrían ser anunciados con todo éxito en una presa barata. Los anuncios llegaban a numerosos posibles clientes, con mucha mayor eficacia que los que aparecían en los anteriores periódicos de circulación limitada. Los anuncios desempeñaron un papel prominente en la economía de los nuevos diarios baratos. Los primeros grandes almacenes también recurrieron a ese tipo de periódicos para anunciar sus mercancías”¹⁰.

Para los anunciantes la tirada era un buen índice de las ganancias que podían preverse. El periódico que pudiera colocar un mensaje publicitario ante decenas de miles de lectores era un punto de atracción para el dólar publicitario. Este simple principio desencadenó una competencia por la circulación y la cantidad de lectores disponibles. Esta competencia, tuvo consecuencias importantes para el desarrollo de la prensa popular durante la segunda mitad del siglo XIX y aun para otros medios de masas que no llegaron a ser inventados hasta un siglo después. Las bases de un esquema institucionalizado de relaciones sociales, en el que se vinculan el anunciante, los operadores de medios y el público en un sistema funcional para la producción de tipos determinados de contenido comunicado a las masas, fueron elaboradas en los primeros años del desarrollo de la prensa popular¹¹.

1.2.5 La Evolución

El periódico de masas apareció en 1830 pero no fue hasta las décadas anteriores de la Guerra Civil (1861-1865) que fue posible el nacimiento del periódico de masas y que este pudiera llegar con amplitud a los hogares de todas las ciudades norteamericanas. En los años previos a la década de 1840 se construyeron líneas ferroviarias en los Estados Unidos que unieron a las mayores ciudades, el barco a vapor

⁹ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 60.

¹⁰ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 61.

¹¹ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 62.

se convirtió en un importante elemento de transporte, el telégrafo se hizo cada vez más útil como medio para la rápida transmisión de noticias, desde la escena de los sucesos importantes hasta las redacciones de los diarios. Estos progresos reforzaron sustancialmente la atracción de las noticias periodísticas a la vez que aumentó el número de personas entre quienes podían ser distribuidos sus ejemplares.

De Fleur destaca dos puntos importantes de los acontecimientos antes enumerados: en primer lugar que el periódico de masas fue un invento que se produjo sólo después de que apareciera y se acumulara un complejo conjunto de elementos culturales dentro de la sociedad, este es un patrón social que se repite también cuando se desarrollaron otros medios de comunicación social; en segundo lugar, el periodismo representó una combinación de esos cambios dentro de un cuadro social emergente y eso le permitió la aceptación y la adopción general como complejo cultural. Como recurso técnico era coherente con otras instituciones de la época y quizá ellas hasta lo exigieran. La estructura institucional relevante de la sociedad en términos de sus procesos económicos, políticos y educativos, así como en sus conformaciones demográficas y ecológicas, aportaban un marco en el que se podía surgir y florecer la particular combinación que representaba un periódico accesible por unos pocos centavos¹².

Los periódicos empezaron a buscar cada vez más sus noticias. El papel del reportero se hizo más complejo y especializado cuando los periódicos agregaron corresponsales extranjeros y especialistas en noticias de diversos órdenes, estableciendo así la función de vigilancia de los medios de comunicación, que sigue vigente hasta nuestros días. Una creciente demanda de noticias nuevas llevó a la formación de agencias periodísticas cooperativas, que utilizaban las líneas telegráficas para enviar sus materiales a los periódicos de diversas partes del país, mediante arreglos contractuales previos eliminando así ciertas barreras de geográficas que hasta ese momento habían demorado o impedido cubrir ciertas noticias.

La Guerra de Secesión aportó cierta madurez al periódico norteamericano al subrayar que su función consistía en reunir, sintetizar e informar las noticias. Los periódicos posteriores a la Guerra clarificaron cada vez más su papel como buscadores, montadores y transmisores de las noticias. Esto no supone que los periódicos se desinteresaran por la política o dejaran de ser partidistas en ella, todo lo contrario: los directores y propietarios individuales a menudo utilizaban sus periódicos para apoyar causas de uno u otro signo y para realizar “cruzadas” contra sus adversarios políticos.

¹² De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 26-46.

Pero al mismo tiempo se dedicaban seriamente a la información directa de noticias¹³. Así el periódico se constituía como fuente de información cotidiana para las audiencias.

1.2.6 El periodismo amarillo

El contexto en el que se difundió y maduró la prensa de masas se caracterizó por el conflicto cultural y el disturbio social: la Guerra Civil y sus consecuencias, el arribo incesante de oleadas de inmigrantes, el pronunciado movimiento de translación desde el campo a la ciudad, la transición cada vez más rápida hacia una sociedad industrial, etcétera. Al mismo tiempo el periódico debió idear e institucionalizar los códigos básicos que regularían sus responsabilidades ante el público y que fijarían límites a sus tipos de contenido. Puesto a que la estructura normativa de la sociedad misma pasaba un período de perturbación, De Fleur afirma que no es sorprendente que la prensa de masas sólo pudiera elaborar sus “cánones del periodismo” tras una turbulenta fase adolescente¹⁴.

En la década de 1880 el periódico había conseguido una amplia audiencia en los hogares norteamericanos y los aumentos astronómicos en su circulación se hacían cada vez más difíciles de estimular. Al mismo tiempo, la prensa estaba sólidamente establecida en lo financiero y lo estaría mientras se pudiera mantener al máximo la cantidad de ejemplares vendidos. Este contexto fue propicio para generar la lucha por los lectores que al momento no se interesaban por ninguno de los diarios existentes (*The New York Sun* y *The New York World*).

Hearst y Pulitzer lucharon para incrementar sus cifras de circulación utilizando desde sus redacciones todo tipo de materiales, recurso, trucos, estilos y experimentos para conseguir que sus periódicos ejercieran un mayor atractivo para el público lector. El periodismo amarillo explotó al comenzar la década de 1890 y según De Fleur “obstruyó los canales por los que fluían las noticias hacia el ciudadano común con una fría despreocupación por la ética y las responsabilidades de la profesión periodística. El suyo fue un periodismo vociferante, chillón, sensacionalista, desaprensivo, que tentaba al lector por todos los medios imaginables. Se apropió de las técnicas de redacción, ilustración e impresión que eran el orgullo de la nueva prensa y las subvirtió. Transformó los dramas de la vida en un melodrama barato y falseó los hechos cotidianos para darles la forma que consideró más apta para aumentar las ventas del repartidor. Y lo que es peor en vez de servir de guía a los lectores les ofreció un paliativo de pecado, sexo y

¹³ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 62-64.

¹⁴ De Fleur, Melvin. “Teorías de la comunicación de masas”, Ediciones Paidós, 1993, Barcelona y Buenos Aires. Página 65.